

“BUDAYA MATERIALIS DALAM NOVEL MR. MAYBE”

(Studi Analisis Wacana Kritis Tentang Budaya Materialis Dalam Novel Mr. Maybe)

SKRIPSI



Oleh :

ESTY WIDYANTI PUTRI
NPM. 0743010041

Kepada

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA
2011**

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur Alhamdulillah ke hadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sejujurnya, kebanggaan penulis bukan pada selesainya skripsi ini, tetapi pada apa yang penulis dapatkan melalui skripsi ini. Penulis lebih dapat memahami fenomena-fenomena yang telah terjadi di masyarakat, bahkan di seluruh dunia, tentang adanya ‘kekuatan-kekuatan’ dan ‘kepentingan-kepentingan’ yang tanpa kita sadari telah mengendalikan diri kita, dimana fenomena tersebut telah memberikan dampak yang baik dan buruk bagi kehidupan dan lingkungan di sekitarnya. Penulis mendapatkan pengalaman dan pemahaman tentang apa makna hidup, bagaimana memaknai hidup, hidup yang tidak hanya dipandang dari segi material tetapi juga spiritual, yang kesemuanya itu tidak luput dari rasa syukur yang ‘wajib’ untuk kita ucap dalam setiap detik perjalanan hidup kita.

Oleh karena itu penulis kembali bersyukur atas pihak-pihak yang telah hadir dan memberikan bimbingan serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Dan atas segala kerendahan hati, penulis ‘wajib’ mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya :

1. Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dalam setiap langkah penulis.
2. Papa, Mama, Kakak, dan Adik atas doa, ridho, nasehat, dan dukungan, serta kasih sayang tanpa lelah menemani penulis di kala sakit, sehat, suka dan

duka, yang tak akan pernah bisa terbalaskan.

3. Bapak Zainal Abidin Achmad M.Si, M.Ed, selaku pembimbing dan ‘sumber’ inspirasi yang selalu memiliki empati terhadap kondisi penulis, dan senantiasa bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau yang teramat sangat padat. Terimakasih ‘Abi...’
4. Ibu Suparwati, Ir. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
6. Someone specialku, Agusdin Faried, yang selalu memotivasi dan memberikan dorongan, menemani dalam suka dan duka dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk teman-teman seperjuanganku: Dhika, Thea, Ipank, Kiki, dan Widya terimakasih banyak atas *support* yang telah kalian berikan selama ini, semangat buat kalian semua. Dan untuk semua pihak yang tidak dapat penulis cantumkan, terimakasih banyak atas dukungannya selama ini.

Sungguh penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan penuh keterbatasan. Untuk itu diharapkan kritik dan saran yang dapat membangun semangat penulis untuk memperbaiki kekurangan yang ada.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Surabaya, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PROPOSAL	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1. Mafaat Teoritis	12
1.4.2. Manfaat Praktis	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Novel Sebagai Media Komunikasi Massa	13
2.2 Ideologi Dalam Karya Sastra	15
2.3 Kapitalisme Dalam Karya Sastra	17
2.4 Perubahan Sosial dan Budaya Materialis	20
2.5 Gaya Hidup Masyarakat Modern	25
2.6 Materialis dan Perempuan.....	27
2.7 Teori Discourse	29

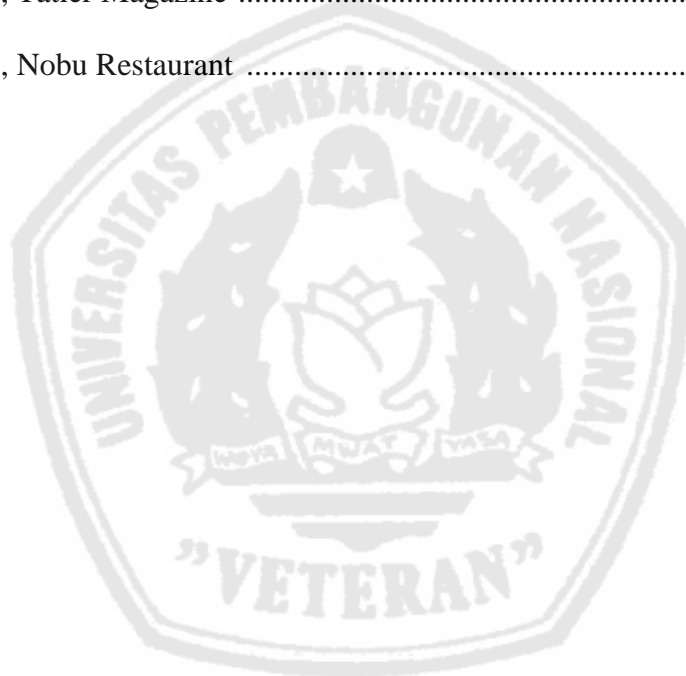
2.8	Analisis Wacana Kritis	32
2.9	Metode Teun Van Dijk	35
2.10	Teori Marxisme Dalam Mazhab Frankfurt	38
2.11	Kerangka Analisis	41
BAB III	METODE PENELITIAN	50
3.1	Metode Penelitian	50
3.1.1	Critical Discourse Analysis	51
3.1.2	Analisis Teks Media	53
3.1.3	Konteks Sosial	55
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	58
3.3	Unit Analisis	58
3.4	Populasi dan Korpus	58
3.5	Teknik Pengumpulan Data	59
3.6	Teknik Analisis dan Penafsiran Data	59
3.7	Biografi Peneliti	61
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Deskripsi Novel Mr. Maybe	63
4.2	Wilayah Wacana (<i>Field of Discourse</i>)	68
4.3	Pelibat Wacana (<i>Tenor of Discourse</i>)	69
4.4	Sarana Wacana (<i>Mode of Discourse</i>)	70

4.5	Analisis Materialis dan Kapitalisme Dalam Novel Mr. Maybe	71
4.6	Analisis Budaya Materialis dan Gaya Hidup Modern	87
4.7	Analisis Peran Media Dalam Membentuk Hipereaitas	100
4.8	Analisis Budaya Materialis dan Dampaknya	103
4.9	Analisis Penerapan Marxisme Dalam Analisis Teks Novel Mr. Maybe	123
4.10	Analisis Penerapan Teun Van Dijk Dalam Analisis Teks Novel Mr. Maybe	129
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	133
5.1	Kesimpulan	133
5.2	Saran	134
DAFTAR PUSTAKA		136
LAMPIRAN		138

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Haverstock Hill	138
Lampiran 2. Hanover Terrace	139
Lampiran 3. Ladbroke Grove	140
Lampiran 4. Whistles Boutique	141
Lampiran 5. Kookai Boutique	142
Lampiran 6. Agnes B. Boutique	143
Lampiran 7. Waterstone Bookstore	144
Lampiran 8. David Wainwright Furniture Shop	145
Lampiran 9. Nicole Farhi Boutique	146
Lampiran 10. Clifton Pub	147
Lampiran 11. Lansdowne Pub	148
Lampiran 12. Queens Pub & Resto	149
Lampiran 13. Mezzo Lounge & Bar	150
Lampiran 14. Quo Vadis	151
Lampiran 15. River Café	152
Lampiran 16. Marco Pierre White Resto	153
Lampiran. 17 Daphne's Resto	154
Lampiran 18. Harvey Nichols Boutique	155
Lampiran 19. Joseph	156
Lampiran 20. Emporio Armani	157
Lampiran 21. Holland Park	158

Lampiran 22. Yves Saint Laurent	159
Lampiran 23. Rifat Ozbek	160
Lampiran 24. Anabel's	161
Lampiran 25, Quiet Storm	162
Lampiran 26, Mortons	163
Lampiran 27, Atlantic Bar	164
Lampiran 28, Tatler Magazine	165
Lampiran 29, Nobu Restaurant	166



ABSTRAKSI

Esty Widyanti Putri. BUDAYA MATERIALIS DALAM NOVEL MR. MAYBE (Studi Analisis Wacana Kritis Tentang Budaya Materialis Dalam Novel Mr. Maybe).

Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran tentang Budaya Materialis yang terdapat di dalam masyarakat kelas menengah keatas pada novel Mr. Maybe.

Teori-teori yang digunakan antara lain adalah Novel sebagai media komunikasi massa, Kapitalisme dalam karya sastra, Budaya Materialis, Masyarakat dalam Materialis, Teori Discourse, Analisis wacana kritis, Metode Teun van Dijk, dan Marxisme dalam mazhab Frankfurt.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif, dengan pendekatan *Critical Discourse Analysis*. Dengan subjek penelitian adalah teks yang mempresentasikan ‘Materialis’ dalam novel. Korpusnya adalah semua teks yang mempresentasikan Budaya Materialis.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah keberadaan konteks sosial dan historis dari teks-teks dalam novel Mr. Maybe menunjukkan bahwa Materialisme sebagai anak Budaya Gaya Hidup. Selain itu novel ini sejelasnya mengungkap sindiran terhadap penyakit materialis yang hadir di kehidupan masyarakat kelas dominan.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Critical Discourse Analysis, Budaya Materialisme, Novel Mr. Maybe.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Media massa adalah media yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dalam era globalisasi ini, media informasi telah dapat dihadirkan dalam berbagai macam dan bentuk. Namun untuk dapat mencapai sasaran khalayaknya dengan baik, produsen harus mempertimbangkan dengan sangat cermat dan tepat di dalam pemilihan media apa yang akan digunakan untuk menyampaikan informasi tersebut. Dalam suatu informasi, bahasa merupakan unsur yang terpenting, bahasa tidak hanya mencerminkan ‘realitas’ tetapi juga bisa menciptakan suatu ‘realitas’. Tentu saja hal ini tidak lepas dari peran besar media massa di dalam mengikutsertakan perspektif dan cara pandang mereka dalam menafsirkan realitas sosial. Hal tersebut memperlihatkan bahwa media ‘tidak netral’ pada saat mengkonstruksi realitas sosial yang ada.

Media menentukan aspek-aspek yang ditonjolkan maupun dihilangkan, menentukan struktur berita yang sesuai dengan kehendak mereka. Dari sisi mana peristiwa tersebut disorot, bagian mana dari peristiwa yang didahulukan atau dilupakan, serta bagian mana dari peristiwa yang ditonjolkan atau dihilangkan. Siapakah yang akan diwawancarai untuk menjadi sumber berita, dan lain sebagainya. Berita bukanlah representasi dari peristiwa semata, tetapi di dalamnya

juga memuat tentang nilai-nilai lembaga media yang membuatnya (Tuchman, 1978:x).

Berita yang dimuat di media bermacam-macam jenis dan bentuknya, tergantung dari kebutuhan dan informasi apa yang akan disampaikan kepada khalayak media. Dan iklan merupakan salah satu strategi penyebaran dan penyajian informasi yang banyak digunakan oleh produsen saat ini. Iklan tidak hanya memberikan informasi, tetapi iklan juga memiliki potensi yang luar biasa untuk mempengaruhi, sekaligus membentuk opini dan persepsi masyarakat. Menurut Robert Lavidge & Gary Steiner (Sudiana, 1986), iklan merupakan suatu model alur peringkat pengaruh kesadaran (*hirarchy of effect models*) yang terbentuk dengan beberapa tahapan yaitu kesadaran, pengetahuan, menyukai, kegandrungan, dan pembelian. Oleh sebab itu, iklan dapat mengubah dan membentuk perilaku masyarakat untuk lebih memilih produk atau jasa yang ditawarkan dibandingkan produk atau jasa kompetitornya.

Menurut Vincent Moscow dalam bukunya *The Political Economy of Communication* (1998), pendekatan teori ekonomi-politik media pada intinya berpijak pada pengertian ekonomi politik sebagai sudi mengenai relasi sosial, khususnya yang menyangkut relasi kekuasaan, baik dalam produksi, distribusi dan konsumsi sumber daya (*resources*). Dalam ekonomi politik komunikasi, sumber daya ini dapat berupa surat kabar, majalah, buku, kaset, film, internet, dan sebagainya (Moscow, 1998:25). Seperti teori Marxisme Klasik, teori ini menganggap bahwa kepemilikan media pada segelintir elit pengusaha telah menyebabkan patologi atau penyakit sosial. Dalam pemikiran ini, kandungan

media adalah komoditas yang dijual di pasar, dan informasi yang disebarluaskan dikendalikan oleh apa yang pasar akan tanggung. Sistem ini membawa implikasi mekanisme pasar yang tidak ambil resiko, suatu bentuk mekanisme pasar yang kejam karena membuat media tertentu mendominasi wacana publik dan lainnya terpinggirkan. Beberapa realitas kontemporer di dalam media menjadikan kajian ekonomi-politik menjadi penting (McQuail, 2002:83).

Proses tersebut di atas terbangun oleh fungsi persuasi iklan yang merupakan proses seleksi dari daya tarik khalayak terhadap kepentingan barang. Siklus ini sangat dipengaruhi oleh strategi dengan konsep kreatifitas yang dilegitimasi pada penciptaan hal-hal baru secara dramatisasi. Implikasinya, beberapa iklan justru malah lebih dikenal publik daripada produk yang diiklankannya, karena komunikasinya yang spesifik. Contohnya sebuah frase ‘o tidak bisa’ yang dipopulerkan oleh salah satu komedian ternama dalam iklan provider Kartu As mendadak menjadi idiom terkenal, dan diucapkan oleh banyak orang.

Iklan dalam media juga telah banyak berperan dalam menciptakan suatu ‘pencitraan’ di mata masyarakat. Tetapi disini apakah pencitraan yang ada tersebut berdasarkan realitas yang sebenarnya atau hanya khayalan yang mendasari simbol untuk masyarakat agar dapat memahami sebuah realitas? Imaji dalam masyarakat yang membentuk suatu ‘khayalan interpretatif’ atas keinginan manusia dalam mendapatkan impian realitas, sehingga pencitraan masyarakat terhadap suatu iklan telah melebihi dan mengalahkan realitas yang sebenarnya. Fenomena inilah yang disebut dengan ‘*Hipereality*’. Misalnya saja pada iklan

hand&body lotion yang selalu menampilkan model dengan kulit putih mulus, sehingga citra yang terbentuk di mata masyarakat adalah kulit yang indah hanyalah kulit yang putih mulus. '*Hipereality*' yang diciptakan media tersebut membawa dampak 'ketidakpuasan' dalam diri masyarakat, membuat apa yang seharusnya disyukuri, menjadi apa yang harus disesali. Membuat masyarakat rela melakukan apa saja untuk mendapatkan 'realitas' ciptaan tersebut.

Perkembangan teknologi yang pesat di era ini telah memudahkan kita dalam kehidupan sehari-hari. Apalagi perkembangan teknologi di bidang komunikasi dan informasi yang semakin tak terbendung telah memudahkan kita dalam mendapatkan dan menerima informasi dari belahan bumi manapun. Kemajuan ini pula dimanfaatkan oleh para pelaku usaha atau kapitalis dalam memasarkan produknya. Semakin mudah kapitalis ini mempromosikan produk mereka kepada khalayak, seperti lewat media periklanan di televisi (TV), internet, dan atau lewat media massa cetak (koran, majalah, tabloid, dan sejenisnya). Dalam memandang fenomena kemajuan teknologi ini (iklan lewat media massa) timbul pengaruh dalam kehidupan sosial masyarakat dewasa ini. Jumlah iklan saat ini sudah tidak terhitung lagi banyaknya. Baik iklan komersial, non komersial, iklan media cetak, elektronik, bahkan iklan melalui internet (iklan *online*), seolah-olah terus menjejali masyarakat dengan selalu menawarkan produk-produk atau komoditi secara perlahan tapi pasti menjebak masyarakat pada perilaku yang konsumtif. Banyaknya model dari produk tersebut akan semakin mengaburkan pandangan masyarakat akan kebutuhan berdasarkan 'fungsi' menjadi kebutuhan berdasarkan 'kepuasan'. Serta didukung dengan banyaknya fasilitas seperti kartu

kredit yang semakin menumbuhkan kebiasaan untuk berhutang. Begitu besar dampak dari *'Hipereality'* sehingga tanpa disadari telah membawa masyarakat untuk masuk ke dalam suatu budaya baru, yaitu budaya *'materialis'*.

Kata materialis terdiri dari kata materi dan isme. Dalam kamus besar bahasa Indonesia materi adalah bahan, benda, segala sesuatu yang tampak. Masih dari kamus yang sama disebutkan bahwa materialis adalah pengikut paham (ajaran) materialis atau juga orang yang mementingkan kebendaan (harta, uang, dsb). Pada abad pertama masehi paham Materialis tidak mendapat tanggapan yang serius, bahkan pada abad pertengahan, orang menganggap asing terhadap paham Materialis ini. Baru pada jaman Aufklarung (pencerahan), Materialis mendapat tanggapan dan penganut yang penting di Eropa Barat (www.google.com).

Materialis sangat erat kaitannya dengan kapitalisme, karena analisis Marxis tentang kapitalisme (yang biasanya disebut "ekonomi Marxis" walau sebenarnya merupakan "kritik terhadap ekonomi politik") dimaksudkan untuk menyediakan dasar ilmiah yang kuat untuk gerakan buruh dengan menjelaskan hukum pergerakan mode produksi kapitalis. Analisis Marx tersebut tentu saja merupakan penerapan materialis historis pada mode produksi kapitalis. Kapitalisme juga mempunyai dasar bahwa tenaga kerja menjadi barang dagangan.

Kapitalisme sendiri adalah sistem perekonomian yang menekankan peran kapital (modal), yakni kekayaan dalam segala jenisnya, termasuk barang-barang yang digunakan dalam produksi barang lainnya (Bagus, 1996). Kapitalisme sebagai sistem sosial yang menyeluruh, lebih dari sekedar sistem perekonomian.

Perkembangan kapitalisme merupakan bagian dari gerakan individualisme. Sistem kapitalisme mulai berkembang di Inggris pada abad 18 Masehi, kemudian menyebar luas ke daerah eropa Barat Laut dan Amerika Utara (Ebenstein, 1990). Berakhirnya perang dingin menyusul ambruknya komunisme-sosialisme Uni Soviet beserta negara-negara satelitnya yang sering diinterpretasikan sebagai kemenangan kapitalisme. Hampir dalam setiap sektor kehidupan, logika dan budaya kapitalisme menghadirkan sebuah aktivitas. Kritik-kritik yang ditujukan terhadap kapitalisme justru berakhir pada terkooptasinya kritik-kritik tersebut untuk memperkuat kapitalisme.

Tiga asumsi dasar kapitalisme adalah: (a) Kebebasan individu, (b) Kepentingan diri, (c) pasar bebas (Rasid, 1970). Karenanya, kapitalisme memberikan kebebasan penuh kepada setiap orang untuk melaksanakan kegiatan perekonomian seperti memproduksi barang, menjual barang, menyalurkan barang, dan sebagainya. Sehingga semua orang bebas bersaing dalam bisnis untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya. Semua orang bebas melakukan kompetisi untuk memenangkan persaingan bebas dengan berbagai cara.

Dengan demikian, hakekat dari kapitalisme menurut Heilbroner adalah dorongan tiada henti dan tanpa puas untuk mengakumulasi kapital sebagai sublimasi dorongan bawah sadar manusia untuk merealisasi diri, mendominasi, dan berkuasa. Karena dorongan tersebut berakar pada jati diri manusia, maka kapitalisme lebih merupakan salah satu modus eksistensi manusia. Inilah penyebab mengapa kapitalisme mampu bertahan dan menjadi hegemoni peradaban global yang menjadi cikal bakal terbentuknya budaya 'Materialis'.

Dalam bukunya yang berjudul ‘mahzab pendidikan kritis’, Agus Nuryatno (1970:50) mengkritisi kapitalisme dengan menulis bahwa dalam kapitalisme, manusia tidak lagi dapat membedakan antara *where is real, and where is not*. Didukung dengan adanya iklan melalui media yang menciptakan suatu ‘hiperealitas’, dimana realitas ciptaan media telah berhasil meruntuhkan realitas yang sebenarnya. Sehingga masyarakat rela untuk menjadi seorang ‘materialis’ untuk dapat menjadi bagian dari realitas semu tersebut, yang akhirnya berujung pada lahirnya ‘korban-korban kecanduan’ yang baru seperti Materialis, Hedonisme, dan Sexualitas.

Kata materialis terdiri dari kata materi dan isme. Dalam kamus besar bahasa indonesia materi adalah bahan, benda, segala sesuatu yang tampak. Masih dari kamus yang sama disebutkan bahwa materialis adalah pengikut paham (ajaran) materialis atau juga orang yang mementingkan kebendaan (harta,uang,dsb). Materialis adalah pandangan hidup yang mencari dasar segala sesuatu yang termasuk kehidupan manusia di dalam alam kebendaan semata-mata dengan mengesampingkan segala sesuatu yang mengatasi alam indra. Ini sesuai dengan kaidah dalam bahasa indonesia. Jika ada kata benda berhubungan dengan kata isme maka artinya adalah paham atau aliran (www.google.com).

Penyebab munculnya Materialis adalah adanya seseorang yang berasumsi bahwa uang adalah segala-galanya dan seseorang tersebut akan dapat memiliki kehidupan yang lebih baik jika memiliki uang atau harta dalam jumlah banyak. Selain itu, persepsi bahwa manusia adalah *human having*, yaitu seseorang yang cenderung mempersepsikan orang lain berdasarkan apa yang dimiliki (seperti

mobil, rumah, jabatan) mengakibatkan seseorang merasa kekurangan juga merupakan penyebab munculnya materialis. Adanya iklan yang menggambarkan pola hidup konsumtif merupakan sarana untuk melepaskan diri dari stres, serta adanya pikiran-pikiran obsesi yang tidak rasional.

Gejala munculnya pengaruh budaya asing pada media elektronik, media massa, dan tempat umum menunjukkan perubahan perilaku masyarakat dalam kehidupan masa kini. Kesemuanya menghasilkan karya novel. Gejala krisis moral yang berkaitan dengan kecenderungan negatif yang dialami masyarakat kita saat ini sebagai akibat globaisasi itu berkaitan dengan adanya karya-karya sastra berbentuk novel yang dijadikan sebagai area bisnis, terutama untuk meningkatkan penghasilan sampingan yang sangat menguntungkan. Dengan demikian, novel berpengaruh dengan pembentukan karakter masyarakat kita saat ini. Novel berfungsi sebagai *dulce et utile*, yaitu sebagai penghibur sekaligus berguna. Dari pengertian dipahami bahwa peranan novel bukan sekedar menghibur tetapi juga mengajarkan sesuatu. Montgomery Belgion dalam buku *Renne Wellek* mengatakan; “*Irresponsible propagandist*” [Propaganda yang tidak bertanggung jawab].

“That is to say, every writer adopts a view or theory of life... the effect of the work is always to persuade the reader to accept that view or theory. This persuasion is to say, the reader is always led to believe something, and that assent is hypnotic-the art of the presentation seduces the reader...” (Belgion, 1995:118). [Setiap penulis mengadopsi pandangan atau teori kehidupan ... efek dari pekerjaan tersebut adalah selalu membujuk pembaca untuk menerima pandangan atau teori. Persuasi ini adalah untuk mengatakan, pembaca selalu dipimpin untuk mempercayai sesuatu, dan persetujuan itu adalah hipnotis-seni presentasi yang dapat menggoda pembaca, **terjemahan peneliti**].

Novel, adalah salah satu karangan yang berbentuk buku. Budaya membaca yang akhir-akhir ini disosialisasikan baik oleh pemerintah maupun beberapa kalangan dengan tujuan mencerdaskan kehidupan bangsa, telah memicu semangat beberapa penulis buku, novel, untuk lebih giat dalam menulis sehingga perkembangan ilmu pengetahuan yang bersifat *kognisi* dari si penulis maupun beberapa ilmu pengetahuan yang ada dalam buku tersebut dapat ditransformasikan kepada pembaca. Novel merupakan sebuah karya fiksi sastra yang menawarkan sebuah dunia yang berisi model kehidupan yang diidealkan, dunia imajinatif, yang dibangun melalui berbagai unsur intrikasinya (Nurgiantoro, 2000:4). Melalui novel, penulis menuangkan gagasan, ide, pengaruh, dan mempertukarkan makna, sedangkan makna adalah persepsi, pikiran, atau perasaan, yang dialami seseorang yang pada gilirannya akan dikomunikasikan kepada orang lain (Liliweri, 2005:5).

Banyak sekali novel yang berkembang saat ini memperkenalkan tema yang sama, namun dengan kemasan dan permasalahan yang lebih menarik dan bervariasi. Salah satu permasalahan yang cukup menyita perhatian masyarakat khususnya bagi pengarang novel adalah permasalahan perempuan. Meskipun masih mengusung tema-tema *mainstream* tentang perempuan, novel 'Mr. Maybe' mencoba menggambarkan sosok perempuan masa kini yang mandiri, memiliki karir yang cemerlang, dan *fashionable*. Namun sebagai manusia biasa, perempuan yang terkadang egois dan cuek juga dapat melakukan kebohohan serta kesalahan. Misalnya perempuan sebagai penganut 'materialis'. Kata 'materialis' diidentikkan

dengan perempuan, dimana perempuan memiliki potensi lebih besar untuk memiliki sifat materialis dibanding laki-laki.

Itulah cerita yang ingin dikomunikasikan sebuah novel berjudul ‘Mr. Maybe’ kepada pembacanya. Dengan mengusung gaya bahasa yang jujur, santai, lugas, serta penuh humor, Jane Green telah dapat menggambarkan kehidupan Libby Mason dengan sangat baik. Bagi Libby Mason, Mr. Right haruslah pria berkantung tebal dan berkedudukan. Oleh sebab itu, Nick yang seksi, ganteng, tapi kantongnya kering, jelas sekadar Mr. Maybe yang akan segera terlupakan. Kemudian muncullah Ed McMann, bankir investasi kaya yang dijamin dapat memenuhi harapan Libby akan hidup yang mapan, walaupun Ed berkumis (sumpah, Libby benci pria berkumis) dan memiliki kebiasaan mengucapkan bahasa Prancis dengan logat mengerikan. Melawan saran sahabatnya dan kata hatinya sendiri, Libby menerima lamaran Ed, tapi tak habis mengerti ketika semburan perasaan bahagia itu tak kunjung tiba. Benarkah Ed adalah Mr. Right yang selama ini diidam-idamkannya? Ataukah dipertimbangkan kembali?

Dalam novel ini penulis menemukan beberapa fenomena komunikasi yang dinilai cukup menarik jika dibahas dengan menggunakan perspektif ilmu komunikasi, karena komunikasi pada dasarnya merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan sistem simbol linguistik, misalnya meliputi verbal, kata-kata, paraverbal, dan non verbal. Sistem itu dapat disosialisasikan secara langsung atau tatap muka atau melalui media lain, tulisan, lisan, dan virtual.

Untuk mengetahui bagaimana ‘Materialis’ secara perlahan tapi pasti membelenggu kehidupan masyarakat khususnya kaum perempuan, penulis

menggunakan *Critical Discourse Analysis*, karena teks berkaitan erat dengan konteks yang lebih luas dimana bahasa dipakai untuk tujuan dan praktik tertentu, termasuk didalamnya praktik kekuasaan yaitu kapitalisme. Dengan menggunakan metode ini, memungkinkan peneliti untuk mengetahui dan melihat lebih jelas bagaimana sebuah pesan diorganisasikan, digunakan, dan dipahami. Penggunaan metode analisis wacana kritis ini bertujuan untuk dapat mengetahui makna, citra, kepentingan, dan tujuan dibalik wacana dengan melalui simbol baik dalam bentuk *text, talk, act, dan artifact*, dari segi konteks serta historisnya.

Penelitian *Critical discourse Analysis* ini akan dilakukan berdasarkan teori Marxisme dalam Mazhab Frankfurt (the Frankfurt School). Pokok pemikiran ini dalam studi media adalah media sebagai sarana pembangunan budaya, dalam cara pikir ini, media membimbing kepada dominasi dari elite industri budaya (*culture industries*). Dan hasilnya dilaksanakan oleh manipulasi image media dan simbol-simbol untuk menguntungkan kepentingan kelas yang dominan. Budaya massa yang lahir dari komunikasi massa menurut mereka adalah bentuk budaya yang afirmatif yang ditandai dengan adanya komodifikasi, masifikasi, dan standarisasi. Masifikasi dan standarisasi dalam budaya massa terjadi sebagai akibat dari proses yang massif, sedangkan komodifikasi berarti peralihan nilai guna (*use value*) komoditas kedalam nilai tukar (*exchange value*) atau bahkan nilai tanda (*sign value*) semata.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Bagaimanakah kritik terhadap budaya materialis pada gaya hidup masyarakat modern dalam novel *Mr. Maybe* karya Jane Green?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah Budaya ‘Materialis’ pada masyarakat modern dalam novel *Mr. Maybe* karya Jane Green.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Dapat memperkaya khasanah penelitian di bidang komunikasi, khususnya penelitian mengenai analisis wacana kritis pada karya novel.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran utuh tentang Budaya ‘Materialis’ pada kehidupan masyarakat modern, dimulai dari sisi historis, konteks, dampak hingga cara mengatasinya.